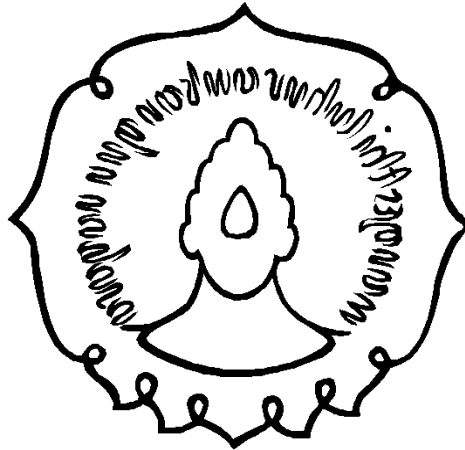


EVALUASI PROSEDUR PENGIRIMAN PAKET PADA PT. ROSALIA EXPRESS



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat – syarat Mencapai Sebutan
Ahli Madya Manajemen Pemasaran**

Oleh:

Nisa Anugerahani

F.3207061

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibanding dengan dekade sebelumnya, sehingga sektor ini memberikan kontribusi dan peluang terhadap perekonomian dunia. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan menyerap sebagian besar tenaga kerja.

Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat pada perkembangan dari berbagai industri jasa seperti: lembaga pemberian pinjaman, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, pariwisata, hotel, jasa pengiriman paket, dan restoran dan perusahaan jasa profesional, kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Selain itu juga terlihat dari maraknya organisasi nirlaba seperti, LSM, lembaga pemerintah, rumah sakit, universitas dan lain lain yang kini semakin menyadari bahwa peningkatan pelayanan kepada konsumen sangat diperlukan.

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan kebutuhan barang juga meningkat baik kebutuhan primer maupun sekunder. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk - produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.

Produk jasa terutama travel, penginapan, restoran, hiburan, telekomunikasi, kesehatan dan keuangan adalah sektor sektor yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar atas perkembangan perekonomian. Pada sektor sektor tersebut banyak perusahaan besar yang terjun didalamnya dan mengkonsentrasikan pada sektor jasa. Hal tersebut memberikan dampak pada perkembangan industri jasa di dalam perekonomian Indonesia.

Dari beberapa jenis produk jasa yang muncul di Indonesia salah satunya perusahaan jasa pengiriman paket, terlihat dari animo masyarakat yang sangat tinggi terhadap kebutuhan jasa pengiriman paket ke beberapa daerah. Sehingga pelaku bisnis dari sektor ini sangat tertarik untuk membuka peluang usaha jasa pengiriman paket.

Dalam perusahaan jasa pengiriman paket tentunya konsumen menginginkan pelayanan yang memuaskan dengan produk yang dimiliki dari perusahaan jasa pengiriman paket yaitu pengiriman barang yang cepat dan tepat waktu dengan sifat barang tidak tahan lama, jaminan keamanan paket (keutuhan dan keamanan saat pengiriman dan asuransinya), bisa tepat sampai tujuan tanpa harus merugikan konsumen dengan keterlambatan barang dan tentunya juga tidak merugikan perusahaan dengan biaya ganti kerugian yang cukup tinggi.

Beberapa perusahaan jasa pengiriman paket di Indonesia antara lain untuk lintas Asia yaitu perusahaan jasa pengiriman paket DHL WORLDWIDE EXPRESS, Jasa Paket milik Negara yaitu Perum Pos dan Giro (Kantor Pos), untuk lintas wilayah di Indonesia ada Caraka (Jogja), TIKI, Cobra, dan PT. Rosalia Express.

Perusahaan jasa pengiriman paket pada umumnya memiliki kantor pusat atau kantor cabang, seperti PT. Rosalia Express yang memiliki kantor pusat atau agen di kota Solo tepatnya di Surakarta, dengan semakin ketatnya persaingan perusahaan jasa khususnya pengiriman paket maka PT. Rosalia Express yang mulai merintis untuk pengiriman jasa paket wilayah Pulau Jawa – Lampung (Sumatra), agar dapat memenangkan pangsa pasar perlu memperhatikan prosedur pengiriman paket yang baik sampai di tangan konsumen dalam upaya dapat memberikan kepuasan konsumen.

Dari prosedur pengiriman yang baik tersebut masuk di dalamnya hal yang dapat mendukung konsep pengiriman paket yang efisien dari sudut pandang waktu dan biaya tanpa harus mengalami keterlambatan pengiriman paket, kerusakan paket sehingga menimbulkan kerugian konsumen (*customer complain*) bagi perusahaan.

Bagi lembaga penyedia jasa pengiriman, kebutuhan akan faedah waktu dan tempat menjadi jelas. Jasa harus ditempatkan pada lokasi yang mudah dicapai oleh pemakainya. Maka dari beberapa faktor di atas prosedur pengiriman paket itu sangat diperlukan. Tempat atau lokasi, SDM, pengendalian, pengawasan, semua itu juga termasuk dalam prosedur pengiriman paket untuk yang tepat waktu sampai ditangan konsumen sesuai dengan *service* jasa yang ditawarkan yaitu *same day service* (pengiriman paket selama 12 jam), *One day service* (pengiriman paket satu hari besok pagi datang), *regular service* (pengiriman paket selama 2-3 hari), dan asuransi barang dalam upaya dapat memberikan kepuasan konsumen.

Tidak terlepas juga untuk mengevaluasi dan menentukan kualitas jasa yang baik terdapat lima dimensi penting yang harus diperhatikan yaitu *reability*, *responsiviness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*.

Maka dari latar belakang di atas penulis mengambil judul penelitian: “EVALUASI PROSEDUR PENGIRIMAN PAKET PADA PT. ROSALIA EXPRESS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pelaksanaan prosedur pengiriman paket sampai ditangan konsumen dalam upaya dapat memberikan kepuasan konsumen pada PT. Rosalia Express?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan prosedur pengiriman paket sampai ditangan konsumen dalam upaya dapat memberikan kepuasan konsumen pada PT. Rosalia Express.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai alat pertimbangan evaluasi prosedur saluran distribusi yang baik sehingga kepuasan pelanggan tercapai.

2. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dan informasi alternatif saluran distribusi dan sistem manajemen yang digunakan, yang dapat memberikan sedikit gambaran bagi penulis atau peneliti yang ada hubungannya dengan saluran distribusi.

3. Bagi Pembaca

Memberikan pengetahuan tambahan bagi pembaca dan masyarakat akan pentingnya saluran distribusi dalam sebuah perusahaan jasa.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kantor Pusat PT Rosalia Express: Jl Raya Solo – Sragen KM 7.5 Palur, Jaten, Karanganyar, Surakarta. Telp (0271) 825173 / Fax (0271) 827205.

2. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis data dalam penelitian ini berupa:

Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur literatur serta teori yang berkaitan dengan penelitian.

b. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini berupa:

- 1) Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui observasi dan wawancara.

Melalui observasi yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung di perusahaan sehingga akan memperoleh gambaran nyata. Pengamatan proses kerja secara langsung di lapangan tersebut meliputi data sebagai berikut: pengamatan proses kerja dalam pelayanan kepada konsumen, pengisian surat pengiriman barang, pemberian label, cara memasukkan dan memisahkan lembar surat pengiriman (SP), peniriman paket barang, pengambilan barang, pengecekan barang datang, menulis surat pengiriman (SP) ke dalam buku ambil agen, pengecekan barang yang akan diantar alamat, proses packing barang, alur pengecekan barang hilang, penanganan *costumer complain*, memasukan data barang kedalam *cargo manifest*, permintaan surat pengiriman (SP) dan label dari agen – agen yang telah habis, marketing call atau menawarkan kerja sama dan promosi kebeberapa perusahaan lewat telepon, dan mengirim fax berupa surat penawaran harga kepada konsumen.

Melalui wawancara yaitu data yang diperoleh dari berbincang dan tanya jawab bersama petugas atau karyawan.

Data meliputi sebagai berikut keberangkatan paket, kedatangan paket, cara menghitung berat paket, harga paket, jumlah karyawan, cara memasukkan dan memisahkan lembar surat pengiriman (SP), kegiatan *marketing* yang dilakukan.

- 2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dari perusahaan, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Data tersebut meliputi, data buku panduan *customer service*, Website internet www.rosalia-indah.co.id, www.google.co.id.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dengan mengumpulkan data – data dari perusahaan yang menjadi topik penelitian. Metode ini peneliti tidak secara langsung melakukan penelitian sendiri tetapi meneliti memanfaatkan data atau dokumen yang dihasilkan oleh pihak lain.

4. Teknik Analisis

Metode teknik analisis atau pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif, yaitu teknik dengan membuat gambaran atau pembahasan deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai suatu objek yang diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Manajemen

Pengertian manajemen menurut Handoko (1985:8), adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Kotler (1999:11), adalah orang – orang yang terlibat dalam proses pertukaran mempelajari bagaimana melaksanakannya dengan baik dalam periode tertentu untuk itu manajemen marketing merupakan analisis, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan program – program yang dirancang untuk menciptakan, membuat dan menangani pertukaran yang menguntungkan dengan pemberi sasaran dengan maksud agar meraih tujuan perusahaan, seperti keuntungan laju penjualan bagi pasar dan sebagainya.

2. Pengertian Prosedur

Pengertian prosedur menurut Baridwan (1990:3), adalah suatu urutan pekerjaan biasanya beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, yang disusun untuk menjamin adanya pelaksanaan yang seragam terhadap transaksi – transaksi perusahaan yang terjadi.

Pengertian prosedur menurut Mulyadi (1997:6), adalah suatu urutan kegiatan biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam pada transaksi yang berulang – ulang.

Dari pengertian diatas prosedur dapat dartikan bahwa prosedur adalah suatu transaksi yang melibatkan orang dalam satu bagian atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam pada transaksi yang berulang – ulang.

3. Pengertian Jasa

Pengertian jasa menurut menurut A. Zethhmal and Jo Bitner dalam Lupiyoadi (1996:5) adalah semua aktivitas ekonomi yang menghasilkan tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Pengertian jasa menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2001:6), adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan pada satu produk fisik.

Karakteristik jasa:

1. Tidak terwujud (*intangibility*) jasa tidak dapat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*) umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, jika seorang melakukan jasa, maka penyediannya adalah bagian dari jasa.
3. Bervariasi (*variability*) karena terkandung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan jasa itu dilakukan, jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa menyadari variability yang tinggi itu sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa.
4. Mudah Lenyap (*perishability*) jasa tidak bisa disimpan. Mudah lenyapnya jasa tidak menjadi masalah bila permintaan tetap. Tetapi akan rumit jika permintaan berfluktuasi karena melakukan jasa itu harus terlebih dahulu mengatur staff (orang-orang) yang melayani jasa.

Tidak terlepas juga untuk mengevaluasi dan menentukan kualitas jasa yang baik terdapat 5 (lima) dimensi penting yaitu:

- a. *Reability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b. *Responsiviness*, yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- c. *Assurance*, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki staff.
- d. *Emphaty*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- e. *Tangibles*, meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Semakin pesatnya perkembangan kecanggihan teknologi, peranan SDM dalam menentukan keberhasilan perusahaan tidak dapat diabaikan. Dalam pemasaran jasa, kesuksesannya juga sangat tergantung pada SDM yang dimiliki. Apalagi untuk mencapai hasil yang optimal diperlukan keterlibatan langsung antara penyedia jasa dengan konsumen.

Dari pengertian prosedur di atas juga dapat disimpulkan peranan akan pentingnya SDM untuk menjalankan prosedur dan menjamin penanganan secara seragam pada transaksi yang berulang – ulang agar berjalan dengan baik, untuk itu prosedur dalam pengiriman paket pada perusahaan jasa dalam penelitian ini penting membahas unsur akan SDM yang baik, dari segala kemungkinan terjadinya permasalahan dalam pengolahan SDM mulai dari tahap seleksi sehingga proses manajemen SDM yang lebih kompleks.

Tingkat perhatian dan penekanan pada peran SDM dalam memasarkan adalah sangat penting, apalagi pada era globalisasi saat ini di mana tidak akan ada batas mobilitas sumber daya termasuk SDM.

Peran penting SDM dalam perusahaan jasa harus dibedakan untuk pengelolanya lebih lanjut yang umumnya dapat dikelompokkan:

- 1) *Contactors*, adalah SDM yang berhubungan erat dengan konsumen dan memilih aktivitas memasarkan secara konvensional. Mereka memiliki posisi dalam hal menjual dan perannya sebagai customer service. SDM yang terlibat dalam peran ini membutuhkan pelatihan, persiapan dan motivasi yang tinggi untuk melayani konsumen sehari – hari. Selain itu dituntut memiliki kemampuan untuk bersikap responsive dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
- 2) *Modifiers*, yaitu SDM yang tidak terlibat secara langsung dalam aktifitas pemasaran. Kontak dengan konsumen dilakukan sekali saja. Peran ini sangat penting oleh karena itu, mereka harus mempunyai pandangan yang luas tentang strategi pemasaran jasa perusahaan.
- 3) *Influencers*, peran SDM ini lebih terfokus pada implementasi dari strategi pemasaran perusahaan.
- 4) *Isolated*, yaitu SDM yang berada pada peran ini tampaknya akan sulit berhasil apabila tanpa dukungan yang memadai dari manajemen terutama memotivasi mereka. SDM harus diarahkan untuk mengetahui perannya serta strategi pemasaran perusahaan sehingga mereka dapat berkomunikasi lebih optimal bagi perusahaan.

Dengan melihat berbagai peran penting SDM dalam perusahaan jasa tentunya diharapkan manajemen tidak lagi memandang sumber daya ini hanya dengan sebelah mata, Untuk itu pentingnya adanya pengelolaan SDM perusahaan jasa yang baik. Peran penting SDM dalam pemasaran jasa dapat dijelaskan pada aspek *internal marketing* dan *customer service*.

Internal marketing menciptakan suatu efektivitas kerja SDM sebelum mereka berhubungan dengan para konsumen. Setiap anggota atau karyawan mengupayakan kontribusi yang optimal kepada konsumen dalam melaksanakan komitmennya pada perusahaan.

Dari sisi manajemen perusahaan, terdapat beberapa program umum yang digunakan untuk mengimplementasikan konsep *internal marketing* yaitu:

- a) *Trainning*: merupakan program yang ditujukan bagi SDM perusahaan berupa pemberian informasi pengetahuan dasar mengenai strategi kerja, sikap, kemampuan, baik berkomunikasi maupun pemasaran jasa serta memahami konsunen.
- b) *Management Support and Internal Interactive Communication*: merupakan sarana kerja sama yang efektif dari kalangan manajemen perusahaan kepada SDM pelaksana dan juga dan juga membuka kesempatan komunikasi dua arah dari karyawan kepada atasan. Informasi meliputi masalah kerja atau keputusan – keputusan penting lainnya dalam perusahaan.

c) *Personal Administration Tool and Human Resources*

Management: Pada program ini manajemen penting mempersiapkan program perencanaan SDM yang tepat dan efektif agar dalam pelaksanaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan perusahaan. Pada aplikasinya diperlukan koordinasi berkesinambungan.

d) *Developing a service culture:* Manajemen perusahaan harus dapat menciptakan suatu pola yang sama untuk setiap SDM agar kinerjanya memuaskan.

Customer service meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan konsumen. Untuk itu pentingnya mendesain *customer service* agar mendapatkan hasil kerja yang baik. Beberapa langkah mendesain *customer service* adalah:

(1) *Identifying a service mission:* Sebagai tahap awal tentu harus ditetapkan misi perusahaan agar dapat menciptakan suatu komitmen dan filsafah kerja sama untuk mencapai misi tersebut.

(2) *Setting customer service objectives:* Tujuan pelayanan merupakan hal penting lainnya yang harus ditetapkan perusahaan. Hal ini bermanfaat untuk menentukan elemen mana yang diutamakan untuk mencapai hasil yang optimal. Tujuan

pelayanan ini mencakup aktivitas sebelum transaksi, saat berlangsung transaksi, dan setelah aktivitas transaksi.

(3) *Customer service strategy*: Walaupun setiap konsumen tidak memiliki standar jasa yang sama terhadap suatu jasa, namun segmentasi dapat membantu perusahaan dalam menetapkan standar pelayanan jasa yang dapat diberikan kepada setiap segmen pasarnya. Strategi *customer service* yang diterapkan harus mencakup identifikasi dari segmentasi konsumen, jasa dan konsumen yang paling penting serta bagaimana metode pemberian jasanya agar dapat bersaing di pasaran sekaligus merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan.

(4) *Implementasi*: Dalam implementasinya *customer service* merupakan satu kesatuan dengan *marketing mix* lainnya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan jasa hendaknya senantiasa berusaha mengadaptasi setiap perubahan lingkungan yang terjadi terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Hal ini penting untuk menghasilkan desain *customer service* yang tepat dan efektif.

Proses manajemen SDM dalam operasi jasa, hendaknya mengupayakan pemberdayaan SDM melalui:

(a) *Recruit the right employees*: Melakukan rekrutmen pegawai sesuai dengan kualifikasi perusahaan agar pemasaran berlangsung baik.

- (b) *Train employes properly*: Walaupun sudah mengalami proses seleksi tetapi juga masih memerlukan pelatihan, agar dalam operasinya setiap SDM memberikan kontribusi terbaiknya.
- (c) *Educate the customer*: Selain pada karyawan perusahaan, oprasi jasa akan berjalan lancar apabila konsumennya memiliki informasi jasa dan lengkap mengenai jasa yang ditawarkan perusahaan.
- (d) *Educate all employees*: *Internal marketing* juga menjadi fokus dalam menciptakan manajemen oprasi yang baik. Apabila karyawan memiliki sikap dan kemampuan pelayanan yang baik maka segala permasalahan akan dapat diatasi.
- (e) *Be efficient first nice second*: Pemberian jasa adalah mengutamakan efisiensi kemudian diikuti sikap ramah tamah.
- (f) *Standardize response system*: Manajemen perlu menyiapkan standar untuk menangani kesulitan dan kritik yang disampaikan konsumen.
- (g) *Be proactive*: Perusahaan harus jeli melihat setiap peluang yang ada dan menentukan strategi operasi yang tepat untuk mencapai sasaran.
- (h) *Evalute pervormence regulary*: Evaluasi kinerja secara rutin akan sangat berguna bagi manajemen untuk mengetahui kinerja

perusahaan dan memberikan masukan tentang hal – hal mana yang perlu diperbaiki.

4. Pengertian Saluran Distribusi

Pengertian saluran distribusi menurut Organisasi Komunitas & Perpustakaan Online Indonesia (2008:1), adalah suatu jalur perantara pemasaran baik transportasi maupun penyimpanan suatu produk barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Jenis - Jenis atau Macam-Macam Saluran Distribusi Barang dan Jasa:

1. Produsen → Konsumen (Umumnya Jasa)
Contoh: Bengkel, Rumah Makan, Pangkas Rambut, Salon, Panti Pijit, Dsb.
2. Produsen → Retailer → Konsumen
Contoh: Koran, Es Krim, Dll.
3. Produsen → Wholesaler → Retailer → Konsumen
Contoh: Mie Instan, Beras, Sayur-Mayur, Minuman Dalam Kemasan dan sebagainya.
4. Produsen → Agen → Wholesaler → Retailer -- Konsumen.
Contoh: Barang Impor.
5. Produsen → Industri (Produsen)
Contoh: Pabrik mie telur menjual produknya ke pedagang mie ayam.

6. Produsen → Wholesaler → Industri (Produsen)

Contoh : Suatu distributor membeli mesin berat dari luar negeri untuk dijual lagi ke pabrik pabrik dalam negeri.

Pada perusahaan jasa distribusi disini menjelaskan maksud sebagai *Place* adalah lokasi atau tempat dimana jasa itu ditawarkan dan diberikan kemudahan dalam pencapaiannya (*accessibility*) adalah faktor yang penting dalam memasarkan jasa. *Accessibility* disini tidak bertati fisik saja (misalnya lokasi), tetapi juga cara berkomunikasi dan kontak dengan penerima jasa. Termasuk dalam hal ini adalah jenis saluran ditribusi yang digunakan.

Adapun metode mendistribusikan jasa dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu melalui perantara. Bentuk perantara yang dapat digunakan dalam perusahaan jasa pengiriman paket salah satunya adalah agen.

Pengertian agen menurut Walters dalam swasta (1990:292), adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa – jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.

Perantara agen dapat digolongkan menjadi 2 yakni:

a. Agen Penunjang

Merupakan agen yang mengkhususkan kegiatannya dalam beberapa aspek pemindahan barang dan jasa. Terbagi dalam berbagai golongan:

- 1) Agen pengangkutan borongan
- 2) Agen penyimpanan
- 3) Agen pengangkutan
- 4) Agen pembeli dan penjualan

Kegiatan agen penunjang adalah membantu untuk memindahkan barang – barang sedemikian rupa sehingga mengadakan hubungan langsung dengan pembeli dan penjual.

b. Agen Pelengkap

Agen pelengkap hanya berfungsi melaksanakan jasa – jasa tambahan dalam penyaluran barang dengan tujuan memperbaiki adanya kekurangan – kekurangan.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Melihat nama Rosalia membuktikan bahwa PT. Rosalia Express tidak dapat dipisahkan dari BPU. Rosalia Indah yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang biro perjalanan umum, bus malam cepat dan travel service.

BPU. Rosalia Indah bus malam yang sudah mempunyai reputasi sangat baik dalam pelayanan, penampilan armada dan lain sebagainya. Sejalan dengan perkembangan dan perjalanan waktu salah seorang puteri pendiri BPU. Rosalia Indah melihat adanya sesuatu yang kurang dari Rosalia Indah, yang kurang bukan berarti tidak nampak, tetapi tidak digarap secara baik dan benar yaitu jenis usaha Jasa Titipan.

Namun pada kenyataannya tidak dapat disangkal bahwa bus malam Rosalia Indah selama ini sudah melakukan kegiatan jasa titipan, walaupun sebenarnya usaha jasa titipan yang secara formal harus terlepas dari Rosalia Indah Bus malam Cepat, karena harus badan hukum tersendiri.

Maka diambil suatu keputusan bahwa kiriman paket harus dikembangkan dengan baik dan dibuat suatu wadah yang terorganisir,

menciptakan lapangan kerja bagi putera daerah khususnya yang akan dilalui oleh armada Jasa Titipan nantinya.

Rasanya tidaklah sulit secara operasional bagi Rosalia Express untuk memulai usahanya, selama ini paket titipan bus malam cepat pun sudah berjalan walau tidak menjadikan suatu bisnis utama. Perintisan jalur bukanlah perkara yang sukar, walaupun tidak mudah. Dengan segala kerendahan hati dapat dikatakan bahwa jalur yang sudah dibuka oleh Rosalia Indah, akan diikuti oleh Rosalia Express, tanpa menutup mata nantinya untuk membuka jalur yang dianggap sebagai potensial market, terbentang dari ujung Pulau Jawa (Surabaya) sampai akhir Pulau Sumatera (Lampung dan sekitarnya).

Untuk mendukung terciptanya PT. Rosalia Express nantinya, maka sekitar awal Desember 2003 mulai diadakan rekrutmen untuk penerimaan staff yang kemudian berpengalaman disatukan dengan tenaga baru yang terampil.

Izin dari Departemen Perhubungan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi didapat dengan data dibawah ini:

Nama Perusahaan	: PT Rosalia Express
Nama Pimpinan	: Yustinus Soeroso
Alamat Perusahaan	: Jl Raya Solo – Sragen Km.7,5 Jaten, Karanganyar Surakarta. Telp (0271) 825173/Fax (0271) 827205

Dengan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, terbentuklah suatu wadah yang tadinya hanya merupakan angan-angan dari pencetus awal dan dengan kerja keras team, serta seluruh jajaran Direksi, maka tercapai apa yang dicita –citakan.

Orang bijak berkata, bahwa dunia Transportasi adalah usaha sejak manusia ada, usaha yang tidak pernah ada akhirnya selama dunia masih berkembang. Namun sangatlah disayangkan usaha ini banyak berakhir tanpa ada regenerasi yang berkesinambungan dari pendiri pertama. Maka oleh karena itu pendiri Rosalia Express ingin menghilangkan anggapan tersebut diatas. Dengan melalui saringan yang cukup ketat pencarian tenaga staff dan lainnya dilakukan, karena tanpa kerja keras, motivasi, dan *team* yang solid apapun yang dijalankan tentu tidak memberikan hasil yang baik.

PT. Rosalia Express, akan berusaha untuk dapat berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan Jasa Titipan lainnya, kata pepatah demikian. Dimana ada Jasa Titipan selalu mempergunakan motto yang kadang kala sangat berlebihan sehingga membuat para pelanggan jemu, karena tanpa ada reliasasi. Rosalia Express, tidak akan terlepas dari cercaan pelanggan jika tidak konsisten dengan system yang akan dibuat. *Door to door service*, ataupun *One day service* dan lainnya.

Pasar untuk jasa titipan memang tidak akan habis, walau kompetisi usaha ini sangatlah besar. Kesabaran, ketekunan, keterus

terangan, kerja *team* yang kuat tentu satu demi satu pelanggan Jasa titipan lain akan menolehkan perhatiannya terhadap Rosalia Express.

Selengkap mungkin Rosalia Express akan mencoba memuaskan pelanggan antara lain dengan service jasa yang ditawarkan:

- a. Pengiriman paket selama 12 jam (*Same day service*)
- b. Pengiriman paket hari ini besok datang (*One day service*)
- c. Pengiriman paket 2-3 hari (*Regular service*)
- d. Menjemput dan mengantar ke alamat (*Door to Door Service*)
- e. *Packing* maupun *repacking* yang sesuai dengan keadaan barang dan kemauan pelanggan
- f. Paket sepeda motor, elektronik, dan pindahan
- g. Membuat Karton yang standar untuk Jasa titipan Rosalia Express

Usaha Jasa Titipan adalah suatu usaha yang harus mengutamakan kenyamanan, keamanan, kecepatan, ketepatan dan barang kiriman. Kiriman tersebut harus dapat disampaikan pada waktu yang dikehendaki dalam keadaan sama seperti yang diterima, untuk kearah demikian tidaklah hanya bisa bicara tetapi harus dapat diwujudkan. Sasaran langganan, tidak hanya dari orang per orang, tetapi dari kantor yang mempunyai cabangnya pada daerah/kota jalur Rosalia Express.

PT. Rosalia Express, tidak hanya dalam mimpi tetapi akan menjadi suatu kenyataan yang akan diperlukan dan dicari oleh semua pemakai jasa titipan, baik daerah yang berlokasinya Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatra, maupun diseluruh Indonesia nantinya.



GAMBAR 3.1

KANTOR PUSAT PT ROSALIA EXPRESS

2. Visi dan Misi PT. Rosalia Express

Rumusan visi dan misi merupakan unsur yang penting bagi suatu perusahaan. Hal ini terutama akan berpengaruh penting terhadap perkembangan dan pertumbuhan perusahaan. Adapun visi dan misi PT. Rosalia Express:

Visi : Menjadi perusahaan transportasi darat antar kota antar propinsi dan wisata yang unggul dalam kualitas dan pelayanan demi kepuasan pelanggan dan kesejahteraan karyawan.

Misi : Memberikan pelayanan prima demi kepuasan pelanggan dengan menerapkan panca pesona BPU. Rosalia Indah yang meliputi keamanan, kebersihan, kenyamanan, ketepatan dan kekeluargaan. Menyediakan sarana dan prasarana yang didukung dengan teknologi informasi

yang handal. Menerapkan sistem manajemen mutu yang didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Sebagai perusahaan yang profesional dan berdaya saing tinggi, maka kiat sukses yang telah terbentuk hingga sekarang bukanlah tanpa arah dan tujuan melainkan tercermin dalam visi misi perusahaan yang dengan jelas dan nyata sangat menjunjung tinggi sebuah nilai seni pelayanan dan kepuasan pelanggannya.

PT. Rosalia Express merupakan salah satu unit vital pendukung dalam mobilitas pendayagunaan potensi perusahaan yang harus memiliki konsep pelayanan publik yang terarah dan terjamin.

Dalam kerangka pelayanan yang optimal demi terciptanya kepuasan pelanggan, maka PT. Rosalia Express menerapkan:

- 1) Sahabat.
- 2) Mitra .
- 3) Keluarga.
- 4) Sabar.
- 5) Sepenuh hati.

Disamping itu perusahaan juga memiliki program yang berorientasi pada kepuasan teknis para pelanggannya dengan mendasarkan standar operasional yang tertuang dalam program Panca Kendali Mutu:

- 1) Keamanan.
- 2) Kecepatan.

- 3) Ketepatan.
- 4) Kemudahan.
- 5) Kemitraan.

Dari kerangka pelayanan dan program panca kendali yang dimiliki PT. Rosalia Express merupakan usaha yang diprogramkan untuk dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan agar dapat memberikan kepuasan pelanggan.

3. Struktur organisasi perusahaan

Struktur organisasi merupakan gambaran yang menunjukkan pembagian fungsi di dalam suatu organisasi dimana pembagian itu akan memisahkan secara formal komponen yang ada dalam organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing dalam menunjukkan hubungan antara komponen yang satu dengan yang lain dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan.

Dengan demikian dalam struktur organisasi akan terlihat adanya pembagian kerja yang tegas dan formal antara komponen - komponen yang ada. Dalam struktur organisasi tersebut juga terlihat adanya batas dan wewenang serta tanggung jawab seorang atasan dan bawahan terhadap masing-masing tugasnya. Unsur pimpinan pada PT. Rosalia Express:

a) Dewan Direksi

Bertugas mengatur dan mengkoordinir kepada manajer untuk mengkoordinir unit – unit staf kerja yang berada dibawah manajer dan bertanggung jawab atas unit usaha yang dijalankan.

b) Manajer

Bertugas mengatur dan mengkoordinir unit – unit kerja yang berada dalam unit perusahaan dan pengembangan beserta staf serta bertanggung jawab kepada direktur utama.

c) Sekretaris

Bertugas membantu segala sesuatu yang dibutuhkan manajer untuk menyampaikan apa yang perlu disampaikan pada staf atau karyawan.

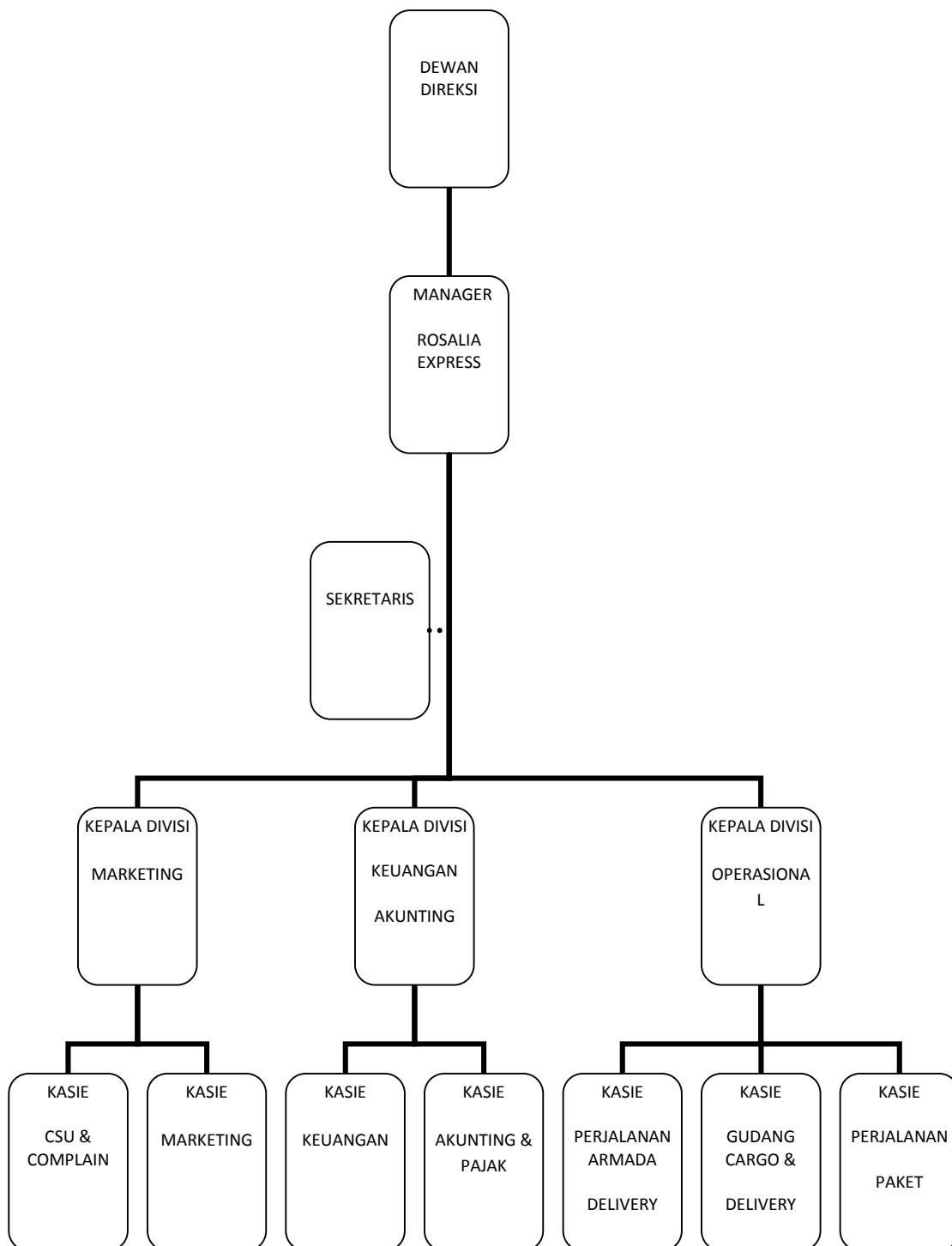
d) Kepala Divisi

Bertugas mengatur dan mengkoordinir unit – unit kerja yang berada dalam satu divisi yang dipimpin untuk bertanggung jawab kepada manajer.

e) Kepala Seksi

Bertugas mengatur mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap unit – unit kerja yang berada dalam satu divisi dibawah pimpinan kepala divisi.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Bagan Struktur Organisasi dibawah ini:



Gambar 3.2

STRUKTUR ORGANISASI PT ROSALIA EXPRESS

4. Aspek Kepegawaian

Berdasarkan data dari ketenagakerjaan PT. Rosalia Express hingga bulan Mei 2010 jumlah karyawan yang ada sebanyak 143 orang. Dari jumlah ini dapat dirinci:

TABEL 3.1
JUMLAH KARYAWAN BESERTA JABATAN PADA PT ROSALIA EXPRESS

Jabatan	Jumlah
Manajer	1
Staf Marketing	11
Staf Oprasional	51
Staf Keuangan	4
Pengemudi	77
Total	144

Sumber: Personalia Rosalia Express

5. Sistem Jam Kerja

a. Jam Kerja Reguler

Tujuh hari kerja dalam satu minggu, libur empat kali dalam satu bulan.

Senin s/d Minggu : Jam 08.00 – 17.00 WIB

Istirahat : Jam 12.00 – 13.00 WIB

b. Jam Kerja *Shift*

Jam kerja shift pada PT Rosalia Express khusus diberlakukan untuk karyawan oprasional bagian *controlling* gudang:

Shift pagi : Jam 08.00 – 17.00 WIB

Shift siang : Jam 03.00 – 23.00 WIB

Shift malam : Jam 22.00 – 08.00 WIB

Jam istirahat selama 60 menit diatur secara bergantian, sehingga kelancaran operasional gudang tetap 24 jam.

6. Agen PT. Rosalia Express

Perantara dapat didefinisikan sebagai pihak yang memberikan pelayanan dalam hubungannya dengan pemisahan atau penjualan barang dari produsen ke konsumen (Basu Swastha, 1996:191). Agen adalah jenis perantara yang digunakan pada PT Rosalia Express. Agen yang dimiliki terdiri dari agen dalam dan agen luar, agen dalam yaitu agen yang semua biaya oprasional menjadi tanggung jawab PT Rosalia Express.

Agen luar yaitu agen yang bekerja sama dengan rosalia dengan mendapat sistem bonus. Jumlah keseluruhan agen yang dimiliki PT Rosalia Express 117, yang tersebar dari ujung timur Surabaya Malang sampai ujung barat Muara enim (Sumatra).

7. Armada PT. Rosalia Expreess

Distribusi erat kaitannya dengan transportasi dapat didefinisikan sebagai berikut “sarana memindahkan barang secara fisik dari suatu tempat ke tempat lain“. Tanpa adanya alat transportasi yang digunakan saluran distribusi tidak akan dapat berjalan sampai ke tangan konsumen. Pada PT Rosalia Express alat transportasi yang digunakan dalam saluran distribusinya yaitu bus dan beberapa jenis armada lainnya seperti yang akan dijelaskan pada gambar dibawah ukuran dan jenis armadanya.

Dari keseluruhan jumlah armada yang dimiliki PT Rosalia Express memiliki 28 armada yaitu armada bus box 4 ke barat, 2 ketimur, truck box 3 armada, box engkel (tanggung) 9 armada, box kecil L300 4, Plexy L300 5 armada, mobil oprasional marketing 1 armada. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



GAMBAR 3.3

ARMADA BUS BOX

Keterangan: Ukuran Armada P = 780cm L= 230 cm T= 185 cm



GAMBAR 3.4

ARMADA BUS BOX

Keterangan: Ukuran Pintu T = 180 cm L = 165



GAMBAR 3.5

ARMADA TRUK BOX DOUBEL 120 PS.
Dimensi: P (429) X L (187) X T (174) = 13,95 CBM



GAMBAR 3.6

ARMADA TRUK BOX DOUBEL 120 PS.
Keterangan ukuran Pintu: T = 176 L = 148



GAMBAR 3.7

TRUCK BOX ENGKEL 100 PS

Ukuran Armada: P = 297cm L = 162 cm T = 153 c



GAMBAR 3.8

TRUCK BOX ENGKEL 100 PS

Keterangan Ukuran Pintu: T = 130 cm L = 153 cm



GAMBAR 3.9

ARMADA L – 300 BOX.

Ukuran Armada: P = 240 cm L = 160 cm T = 120 cm



GAMBAR 3.10

ARMADA L – 300 BOX.

Keterangan Ukuran Pintu: T = 105cm L = 140cm

8. Waktu Keberangkatan dan Kedatangan Paket

a. Keberangkatan Paket

- 1) Surabaya : Jam 19.00 malam
- 2) Malang : Jam 19.00 malam
- 3) Jakarta : Jam 17.00 sore
- 4) Lampung : Jam 17.00 (dalam satu minggu tiga kali pemberangkatan)

b. Kedatangan Paket

- 1) Surabaya : Jam 05.00 pagi
- 2) Malang : Jam 05.00 pagi
- 3) Jakarta : Jam 12.00 keatas
- 4) Lampung : Jam 12.00 keatas

B. LAPORAN MAGANG KERJA

1. Lokasi dan Penempatan Magang Kerja

Berdasarkan pada pertimbangan dan perolehan data yang dibutuhkan dalam menyusun Tugas Akhir maka penulis melakukan praktek kerja lapangan (magang kerja) pada PT. Rosalia Express yang berlokasi di Jl. Raya Solo – Sragen KM 7.5 Palur, Jaten, Karanganyar, Surakarta. Telp (0271) 825173 / Fax (0271) 827205. Sebagai kantor pusat PT. Rosalia Express.

Lokasi perusahaan berada di jalan raya Solo – Sragen KM 7.5, keuntungan yang diperoleh dari lokasi tersebut yaitu untuk mempermudah transportasi penyaluran barang ke konsumen yang dekat dengan jalan raya kelebihan lain juga mempermudah konsumen mendapatkan lokasi atau tempat dimana jasa itu ditawarkan dan diberikan kemudahan dalam pencapaiannya.

2. Waktu dan Kegiatan Magang Kerja

Kegiatan magang kerja dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan yaitu terhitung mulai tanggal 1 Februari sampai dengan tanggal 31 Maret 2010. Waktu kegiatan magang kerja sebagai berikut:

- a. Lima hari kerja dalam seminggu (rabu dan minggu libur)

Jam kerja : 08.00 – 16.00 WIB

Istirahat : 12.00 – 13.00 WIB

- b. Tempat Magang Kerja : Di divisi pajak BPU Rosalia Indah dan divisi marketing PT. Rosalia Express.

Dalam kegiatan magang kerja ini dilakukan di bagian dua divisi, magang kerja di divisi pajak BPU Rosalia Indah dilaksanakan selama 2 minggu mulai terhitung tanggal 1 Februari – 15 Februari 2010. Kegiatan magang kerja dilakukan sebagai berikut:

- 1) Hari pertama mendatangi bagian HRD di BPU Rosalia Indah dan membawa surat keterangan izin praktek kerja (magang kerja) dan menandatangani surat perjanjian kesepakatan yang berisi tentang tata tertib kegiatan magang. Adapun isi dari tata tertib yang harus ditaati yaitu:
 - a) Mengikuti aturan jam magang kerja masuk dari jam 08.00 – 16.00, jam istirahat mulai dari jam 12.00 – 13.00.
 - b) Mengikuti aturan berpakaian magang kerja dengan menggunakan atasan putih dan bawahan berwarna hitam untuk rambut harus rapih.
 - c) Menjaga norma – norma kesopanan dalam bekerja.
 - d) Mengikuti aturan kerja untuk minta ijin keluar kantor.
- 2) Hari kedua sudah mulai magang kerja di bagian divisi pajak dan mendapat pengarahan kegiatan yang harus dilaksanakan, di hari kedua itu juga diberikan pengenalan agen yang dimiliki BPU Rosalia Indah.

- 3) Hari ketiga sampai selesai kegiatan magang di divisi pajak melakukan kegiatan rutin di bagian pajak.

Adapun kegiatan rutin yang dilakukan yaitu:

- a) Dihari pertama di divisi pajak membaca kelas bus dan agen – agen BPU. Rosalia Indah.
 - b) Memisah – memisahkan tiket sesuai dengan kelas bus yang akan dientri.
 - c) Mengentri tiket yang sudah dipisah sesuai dengan kelas bus.
- Kegiatan terus berulang sampai kegiatan magang di divisi pajak selesai.

- 4) Kegiatan Magang di bagian divisi pajak selesai, di hari berikutnya dilanjutkan di bagian divisi marketing PT Rosalia Express. Dihari pertama di bagian divisi marketing kegiatan magang kerja dilakukan pengenalan sebagai *customer service*. Setelah pengenalan sebagai *customer service* dihari berikutnya sampai selesai melakukan kegiatan rutin di bagian marketing sebagai *customer service*.

Adapun kegiatan rutin yang dilakukan yaitu:

- a) Sebagai *customer service* melayani konsumen dalam pemaketan barang dan pengambilan barang.
- b) Menulis surat pengiriman (SP) yang datang ke dalam buku pengambilan agen.

- c) Menerima telepon dan menghubungi konsumen yang berhubungan dengan pemaketan barang. Kegiatan terus berulang sampai kegiatan magang di bagian divisi marketing selesai.

C. PEMBAHASAN

1. Etiket

Sebelum karyawan memberikan pelayanan pada konsumen terlebih dahulu karyawan mengetahui dan memahami tentang etika dalam memberikan pelayanan, karena itu menjadi evaluasi dan menentukan kualitas jasa yang baik.

Etiket adalah aturan atau tata cara sopan santun dalam pergaulan. Etiket atau tata cara pergaulan merupakan salah satu sarana penting untuk memperoleh kemajuan dan sukses dalam bekerja. Setiap orang diharapkan bertindak sopan terhadap sesamanya baik terhadap rekan sekerja, bawahan juga terlebih pada pimpinan.

Demikian halnya dengan *Customer Service* dan Operasional harus memahami dengan baik tentang etiket tersebut. Hal yang penting diperhatikan dalam Etiket sehari - hari antara lain:

a. Etika Dalam Percakapan Saat Menerima Tamu di kantor

Yang perlu diperhatikan oleh seorang *Customer Service* dan Operasional dalam melakukan percakapan adalah:

- Apabila tamu akan masuk ruangan hendaknya disambut dengan senyum dan bersalaman.
- Melayani dengan sopan, ramah, dan bersikap membantu.

- Bisa menyesuaikan diri dengan konsumen.
- Memberikan penjelasan singkat dan mudah dimengerti.
- Menjadi pendengar yang baik, jangan memotong pembicaraan.
- Sabar dan tidak mudah terpancing apabila konsumen kurang menyenangkan.

b. Etika Dalam Menggunakan dan Menerima Telepon

Telepon adalah salah satu sarana yang penting untuk berkomunikasi dengan orang lain. Bersikap wajar dan ramah dalam pembicaraan ditelepon perlu dilakukan seakan - akan anda berbicara dengan berhadapan muka jika anda membiasakan diri tersenyum saat menerima telepon maka suara anda akan lebih terdengar merdu dan ramah sehingga membuat kesan anda benar - benar ingin membantu.

Yang perlu diperhatikan oleh seorang *Customer Service* dan Operasional dalam menelepon adalah:

- Saat menggunakan telepon biasakan menggunakan salam (selamat pagi, selamat Siang...)
- Pergunakan bahasa nasional yang mudah dimengerti dan dipahami oleh lawan bicara. (bahasa Indonesia).
- Setelah selesai pembicaraan jangan lupa ucapkan terima kasih atas telepon anda, atau informasi yang anda berikan.

c. Etika Dalam Berpakaian

Penampilan merupakan bentuk kesan diri yang terpancar dari seseorang. Penampilan juga dapat menjadi salah satu sarana komunikasi antara seseorang kepada orang lain. Tampil menarik

dapat menjadi salah satu kunci sukses dalam kehidupan dan penampilan menunjukkan performa dari perusahaan yang diwakili.

Demikian pula dengan *Customer Service* dan Operasional, mereka juga harus dapat berpenampilan menarik, menarik bukan berarti harus necis atau mewah, namun menarik adalah berpakaian dengan rapi, berpenampilan rapi itu akan membawa kesan tersendiri.

Ketika sedang bertugas seorang *Customer Service* dan Operasional diwajibkan untuk berpakaian rapi dan bersih juga sopan. *Customer Service* dan Operasional harus mengenakan seragam yang telah ditetapkan oleh kantor dan kartu identitas atau Kartu Tanda Anggota (KTA).

2. Prosedur Pengiriman Paket yang Dilakukan Pada PT Rosalia Express

Dalam penyaluran pengiriman paket sampai ke tangan konsumen pada PT. Rosalia Express diperlukan prosedur pengiriman paket yang baik agar dapat tepat waktu sampai ke tangan konsumen dengan kondisi barang yang sesuai. Prosedur pengiriman paket pada PT Rosalia Express antara lain sebagai berikut:

a. Penimbangan

Konsumen datang sebagai seorang *customer service* prosedur yang harus dilakukan pertama kali yaitu melakukan penimbangan berat paket yang akan dikirim. Cara penimbangan dapat dihitung sebagai berikut:

- 1) Berat volume adalah berat yang didapat berdasarkan rumus internasional ekspedisi IATA yaitu:

$$\text{Volume} = \frac{P \times L \times T}{6000} = \text{Kilo gram}$$

Petugas perlu membandingkan mana yang lebih banyak antara berat aktual atau volume, itu yang ditulis.

- 2) Cara mengukur Volume adalah dicari untuk tinggi yang paling tinggi, untuk lebar yang paling lebar dan untuk panjang yang paling panjang

Khusus untuk *packing* yang berupa tabung atau silinder rumusnya adalah:

$$\text{Volume} = \frac{D_a \times P \times D_b}{6000} = \text{kilo gram}$$

(dalam centimeter)

D_a = adalah diameter atas

D_b = adalah diameter bawah

3) Cara menghitung berat dengan ukuran Kg

Jumlah berat paket dalam Kg dikurangi 5 kg, hasil pengurangan dikalikan harga Kg berikutnya paket sesuai dengan tujuan kota ditambah dengan harga 5 kg pertama.

Contoh: Barang berat 15 kg tujuan Surabaya, cara penghitungan

$$15 - 5 = 10 \times 1.200 = 12.000$$

$$12.00 + 26.500 = 38.500$$

Total pengiriman paket yang harus dibayar Rp 38.500

b. Pembuatan Surat Pengiriman (SP)

Surat pengiriman (SP) Suatu dokumen sebagai bukti penerimaan barang atau paket, sebagai dokumen tanda terima pembayaran sah yang dikeluarkan oleh perusahaan jasa titipan. Yang perlu diperhatikan dalam penulisan SP adalah tulisan harus jelas jangan menggunakan huruf latin, tidak boleh terjadi kesalahan atau dihapus.

Dalam Surat Pengiriman terdapat kolom – kolom yang harus diisi antara lain: kota asal, pengirim, *service* yang diminta, nama jelas dan tanda tangan petugas, nama jelas dan tanda tangan pengirim, intruksi khusus, koli, kota tujuan, penerima, cara pembayaran, keterangan isi barang, berat dan volume, jumlah, jenis pelayanan.

Keterangan:

1) Untuk Kota Asal (*Origin*) dan Tujuan (*Destination*)

Dalam kolom ini diisi dengan *three letter code* yang telah dibakukan oleh PT. Rosalia Express.

Misal:

- a) Asal barang Surabaya ditulis SUB
- b) Tujuan barang Bitung ditulis BTX

2) Nama Agen

Dalam kolom ini diisi sesuai nama agen baik asal maupun tujuan agen.

Misal:

- a) Asal agen Jombang
- b) Tujuan agen Tajur

3) Pengirim (*Shipeer*) dan Penerima (*Consignee*)

Walaupun dibarang sudah tertulis lengkap nama dan alamat pengiriman, namun di SP (Surat Pengiriman) juga harus ditulis lengkap dan jelas pada kolom pengirim dan penerima baik itu nama, alamat lengkap sekaligus nomor teleponnya.

4) *Service* atau Pelayanan yang Diminta

Dalam kolom ini, petugas harus memberikan tanda pada kolom yang sudah ada mengenai *service* yang diinginkan oleh

pihak pengirim dengan mempergunakan tanda (✓) *same day, one day, regular* atau Lain - lain.

5) Nama Jelas dan Tanda Tangan Pengirim Maupun Petugas

Dalam kolom ini baik petugas maupun pengirim menulis nama jelas tanda tangan kemudian tanggal diterima atau diserahkannya barang juga jam berapa barang itu diterima atau diserahkan.

6) Keterangan Isi Barang (*Descriptions of Contents*)

Dalam kolom ini petugas menulis isi barang sesuai dengan pengakuan dari si pengirim. Dan perlu diperhatikan bahwa untuk menjaga hal – hal yang tidak diinginkan petugas bisa menanyakan pada pengirim untuk membuka *packing* barang yang akan dikirim jika petugas merasa curiga dengan barang itu. Disamping itu pada kolom ini perlu ada stempel isi barang tidak diperiksa kalau pengirim tidak menginginkan *packing* atau isi barangnya diketahui.

7) Intruksi Khusus (*Special Instruction*)

Dalam kolom ini petugas dapat memberi tanda (✓) pada kotak yang dipilih, baik itu antar alamat, ambil agen, maupun hubungi segera. Sedangkan pada kotak yang kosong, bisa diisi dengan beberapa beberapa pilihan instruksi sesuai dengan kondisi barang, seperti: jangan kena air, Barang mudah pecah, dll.

8) Cara Pembayaran (*Payment Method*)

Dalam kolom ini petugas memberi tanda (✓) seperti pada *service* mengenai cara pembayaran yang diinginkan oleh pengirim, jika:

- a) Tagih Tujuan, pembayaran dilakukan oleh penerima setelah barang diterima.
- b) Tagih Pengirim, pembayaran dilakukan oleh pengirim setelah barang diterima oleh penerima.
- c) Tunai, pembayaran dilakukan saat itu juga saat pengiriman.

9) Biaya atau *Charge*

Yang dimaksud dalam kolom ini adalah elemen biaya yang akan dibebankan pada konsumen. Contoh:

Biaya kirim Rp. 300.000,-

Biaya *packing* Rp. 25.000,-

Discount 5 %

10) Total

Yang dimaksud dalam kolom total ini adalah jumlah atau nominal dari hasil penjumlahan dalam point 9 (sembilan), hasil penjumlahan atau pengurangan tersebut menjadi harga yang dibebankan pada pengiriman barang tersebut.

11) Koli

Dalam kolom ini koli yang dimaksud adalah jumlah barang yang dikirim, dalam kolom ini diisi dengan menggunakan angka, disertai dengan singkatan koli yaitu: C atau langsung dengan tulisan Koli.

12) Berat dan Volume

Dalam kolom ini petugas dapat mengisi dengan jalan memeriksa apakah barang itu termasuk kena berat aktual atau kena berat volume.

Petugas perlu membandingkan mana yang lebih banyak antara berat aktual atau volume, itu yang ditulis.

13) Jenis pelayanan

Dalam kolom ini diberi tanda (✓) seperti pada *service* pada barang yang dikirim apakah berupa barang atau dokumen (surat). Untuk diperhatikan bahwa lembar SP ada 6 (Enam) lembar dan itu harus dipisahkan sesuai dengan aturan atau inruksi yaitu:

- a) Lembar ke 2 (dua) tembusan yang berwarna PUTIH ini untuk PEMBAYAR jika cara pembayarannya tunai.

Tetapi jika pembayarannya,

- (1) Tagih Pengirim maka pengirim tidak mendapatkan SP, sebagai ganti SP

pengirim diberi TTB (Tanda Terima Barang). Sedangkan SP yang warna Kuning nantinya diikutkan *Invoice* sebagai sarana penagihan.

- (2) Tagih Tujuan maka yang diserahkan pada pengirim adalah lembar terakhir berwarna Kuning (lembar ke-6, lembar untuk penerima barang). Sedangkan lembar ke-1 (Pembayar) disertakan pada barang dan nantinya akan diberikan pada penerima.
- b) Lembar ke 2 (Dua) adalah yang asli berwarna kuning ini untuk *marketing* pusat digunakan untuk laporan dari agen kepada *Marketing* kantor Pusat yang disertakan pada laporan harian.
- c) Lembar ke 3 (tiga) tembusan yang berwarna Hijau ini dipergunakan untuk agen pengirim maksudnya ditinggal di agen pembuat SP sebagai arsip buat agen tersebut.
- d) Lembar ke 4 (empat) tembusan yang berwarna Merah ini dipergunakan untuk POD (*Port Of Delivery*) maksudnya adalah lembar ini dikirim dengan paket bersama *Cargo Manifest*. Apabila paket tersebut telah diambil dan ditandatangani

penerima, maka lembar ini dikembalikan ke kantor Pusat sebagai arsip.

- e) Lembar ke 5 (lima) tembusan ini berwarna Biru ini dipergunakan untuk Agen Penerima Barang, sebagai Arsib Agen bahwa barang tersebut sudah diterima oleh penerima.
- f) Lembar ke 6 (enam) Tembusan ini berwarna Kuning, ini di pergunakan untuk penerima barang, sebagai bukti bahwa barang telah diterima oleh pihak penerima.

c. Pemberian Label

Label SP adalah Suatu dokumen yang dipergunakan perusahaan jasa titipan untuk membantu dalam pengontrolan jumlah kiriman (jumlah barang yang dikirim) dan label berupa keterangan barang untuk tidak dibanting, posisi barang diatas dan tidak boleh kena air. Label SP ini biasanya berupa *stiker*, yang nantinya akan ditempel pada setiap barang yang dikirim. Yang perlu diperhatikan dalam penulisan pada Label SP adalah satu label SP hanya untuk satu barang. Dalam label SP ada beberapa kolom yang perlu diperhatikan:

1) Kolom nomor SP

Dalam kolom ini diisi berdasarkan nomor SP yang ada.

2) Kolom dari

Dalam kolom ini diisi dari mana barang itu dikirim, dengan menggunakan *three letter code*.

3) Kolom tujuan

Dalam kolom diisi kemana barang itu akan dikirim, dengan menggunakan *three letter code*.

4) Kolom transit

Dalam kolom ini diisi dimana barang ini akan ditransitkan jika dari agen pemberangkatan tidak memiliki armada yang dituju, namun bila agen pemberangkatan ada armada yang langsung dalam kotom ino tidak perlu diisi.

5) Kolom berat

Dalam kotom ini diisi dengan bisa jumlah total berat seluruh barang ataupun berat setiap barang (tergantung besar yang mana antara berat aktual atau berat volume).

6) Kolom jumlah kiriman

Dalam kolom ini diisi dengan berapa jumlah barang yang dikirim dalam satu SP itu.

Dalam kolom ini perlu diperhatikan karena dari kolom ini dapat diketahui identitas barang yang dikirim. Misal barang yang akan dikirim adalah 15 maka dalam kolom ini ditulis 1 – 15 terus 2 – 15 terus 3 – 15 begitu seterusnya sampai barang yang terakhir ditulis 15 – 15.

d. Pengepakan

Pengepakan barang hanya khusus permintaan dari konsumen saja, misal konsumen meminta menambah biaya untuk *packing* karena barang yang akan dikirim belum terbungkus dengan aman dan *packing* untuk motor membungkus dengan karton.

e. Pemasukan Barang ke Dalam gudang

Pemasukan barang ke gudang ini sudah menjadi tanggung jawab karyawan bagian operasional namun pemberian data yang lengkap itu menjadi tanggung jawab *customer service* misal pengisian surat pengiriman (SP), pemberian label karena yang akan menjadi penentu petugas membagi atau memisahkan barang akan dinaikkan ke armada untuk dibawa ke kota tujuan.

f. Pemberangkatan

1) Pembuatan *Cargo Manifest*

Cargo Manifest adalah Suatu dokumen pendukung dari pengiriman yang berisikan kolom - kolom yaitu:

- | | |
|----------------------------|--------------|
| - Tanggal keberangkatan | - Nomor urut |
| - Pengirim (dari) | - Penerima |
| - Kota asal dan tujuan | -Jumlah |
| barang (koli) | |
| - Jumlah berat atau Volume | - Isi Barang |
| - No kendaraan | |
| - Nama Pengemudi | |

- No Surat Pengiriman
- Tanda tangan dan nama jelas
- Pengemudi, petugas tujuan, petugas asal barang

Catatan:

bahwa 1 (satu) *Cargo Manifest* lebih tepat kalau hanya dipergunakan untuk satu tujuan misalkan dari Solo (SOC) tujuan Cengkareng (CGK) barang - barang yang dari Solo atau barang transit dengan tujuan Cengkareng dijadikan satu dimasukkan dalam satu *Cargo Manifest*.

Keterangan:

a) Nomor Kendaraan

Dalam keterangan ini ditu nomer identitas dari kendaraan yang membawa barang tersebut secara jelas baik Nomor Polisi maupun Nomor Lambungnya, dan ini sifatnya harus diisi.

b) Nama Pengemudi

Dalam keterangan ini ditulis nama kru yang membawa armada tersebut secara lengkap baik Kru satu dan dua dan pembantu pengemudi kalau ada dan juga nomer NIK (Nomor Induk Karyawan).

c) Dari

Dalam keterangan ini ditulis dari mana *Cargo Manifest* ini dibuat.

d) Tanggal

Dalam keterangan ini diisi dengan tanggal *Cargo Manifest* ini dibuat.

e) No. Surat Pengiriman

Dalam kolom ini diisi dengan nomor - nomor SP yang akan dikirim.

f) Pengirim dan penerima

Dalam kolom ini diisi dengan nama pengirim dan nama penerima sesuai yang tertera dalam SP (Surat Pengiriman).

g) Jumlah Koli, Kilo dan Volume

Dalam kolom ini diisi dengan jumlah baik itu koli, kilo, atau volume sesuai dengan yang ada dalam SP.

h) Tujuan

Dalam kolom ini ditulis kota tujuan dari barang tersebut yang sesuai yang tertera di dalam SP dengan menggunakan *Three Letter Code*.

i) Eks

Dalam kolom ini diisi dari mana barang itu berasal juga dengan menggunakan *Three Letter Code*, jika paket tersebut merupakan paket transit.

j) Isi barang

Dalam kolom ini diisi dengan keterangan isi barang sesuai yang tercantum dalam SP sekaligus diberikan Nominal harganya.

k) Petugas Asal, Tujuan dan Pengemudi

Dalam keterangan ini diisi dengan tanda tangan dan nama serta NIK dari masing masing petugas dan pengemudi.

Yang perlu diperhatikan dalam *Issude Cargo Manifest*, bahwa lembar Cargo manifest terdiri dari 3 lembar yaitu:

- (1) Lembar ke 1 (satu) adalah asli yang berwarna putih ini untuk arsip agen pengirim barang.
- (2) Lembar ke 2 (dua) adalah tembusan yang berwarna hijau ini disertakan pada saat pengiriman barang dan lembar ini diberikan pada kru pembawa barang sebagai bukti bahwa dia membawa barang, yang nantinya dilaporkan pada kantor Pusat untuk mendapatkan komisi pembawa barang dan dijadikan sebagai arsip Pusat.
- (3) Lembar ke 3 (tiga) adalah tembusan yang berwarna kuning ini disertakan pada saat pengiriman barang dan lembar ini dipergunakan untuk arsip penerima barang.

2) *Loading*

Customer Service dan Operasional menjadi pemegang kunci tentang keamanan barang dalam armada yang nantinya akan dibawa oleh Kru. Jika *Customer Service* dan Operasional tidak akurat dalam memberikan informasi pada Kru maka akan terjadi salah penataan dan penanganannya. Dan dalam proses *loading* ini harus disertakan *cargo manifest* data yang sudah dibuat petugas sesuai dengan jumlah kiriman barang yang akan dibawa petugas pengemudi jika sudah sampai agen atau kota yang dituju petugas bisa mengecek kembali sesuai dengan *cargo manifest* yang dicantumkan.

Loading adalah proses menaikkan barang ke dalam armada yang untuk selanjutnya akan dikirimkan ke alamat / ke agen tujuan.

Dalam proses *Loading* yang perlu diperhatikan adalah:

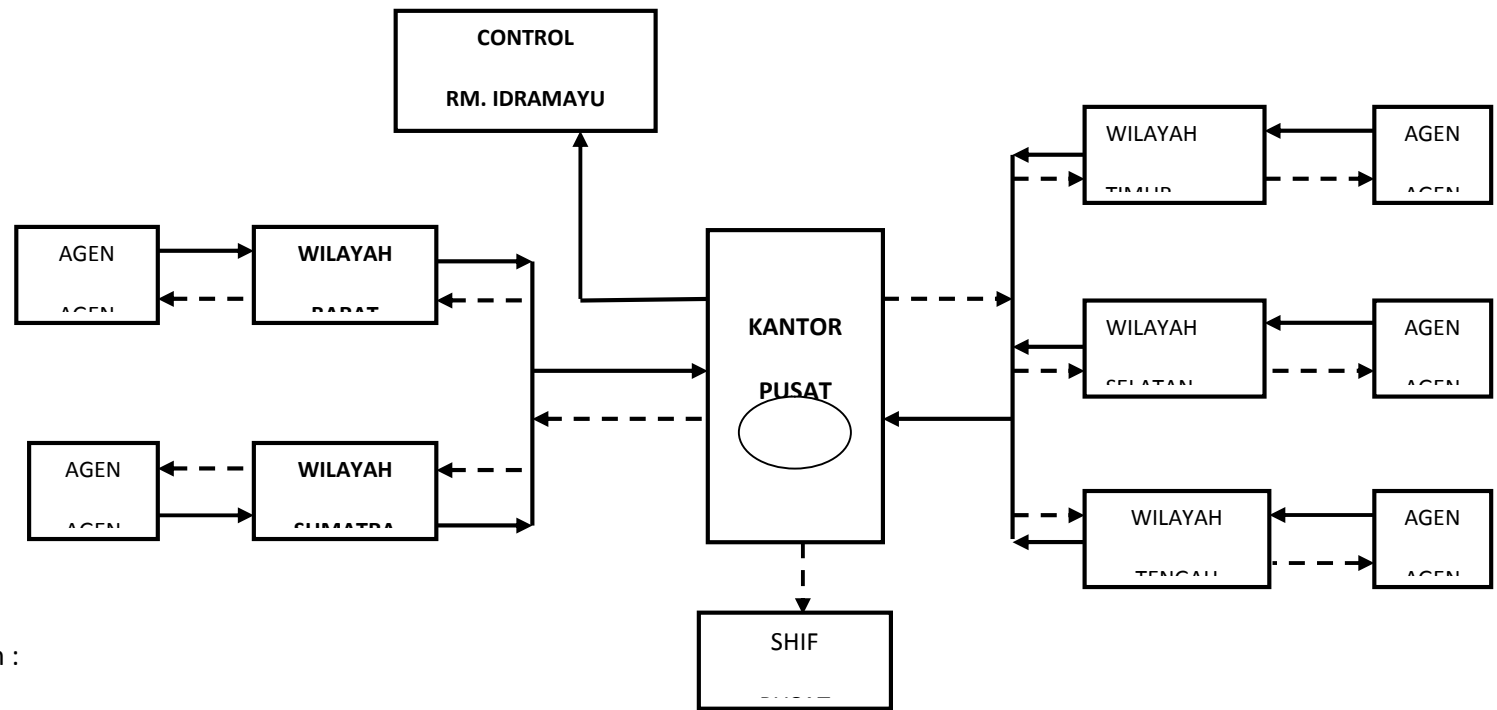
- a) Jumlah barang dalam setiap SP nya.
- b) Jenis Barang yang dibawa.
- c) Intruksi Dalam Surat Pengiriman dan label dalam barang.

Disamping memahami hal-hal tersebut di atas, *Customer Service* dan Operasional harus dapat memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada pengemudi pada saat penataan barang dalam armada yang akan dibawanya.




Antara lain:

- (1) Penataan barang dikelompokkan sesuai dengan tujuan barang.
- (2) Penataan barang disesuaikan dengan jumlah, jenis barang, intruksi yang terdapat dalam barang.

Pada saat *loading* atau menaikkan barang ke armada seorang manajer dan kepala oprasional gudang secara langsung untuk mengawasi kinerja karyawan. Dan saat *unloading* menurunkan barang dari armada juga manajer dan kepala operasional gudang ikut mengawasi kinerja karyawan.



Keterangan :

-  = Garis pelaporan paket berangkat
-  = Garis informasi paket datang
-  = Pengolahan data

GAMBAR 3.11
FLOW CHART PELAPORAN PAKET
PT. ROSALIA EXPRESS

g. Prosedur *Controlling* Jalur Paket

Keterangan gambar 3.11 *flow chart* pelaporan paket pada PT

Rosalia Express:

- 1) Paket yang akan diberangkatkan dari agen dilaporkan ke kepala wilayah yang ditunjuk, dari kepala wilayah dijadikan satu ke draft yang telah dibuat dan dilaporkan dilaporkan ke kantor pusat baik melalui pesawat RIG, skype maupun fax
- 2) Dari Kantor pusat data diolah dalam data aspro dijadikan satu dan dilaporkan ke bagian kontrol RM indramayu dilakukan validasi dan juga *control*, dan dilakukan pencetakan untuk di informasikan pada petugas SHIF Pusat untuk dipantau kedatangannya, sekaligus Kantor pusat mengirim informasi data – data ke Wilayah bagian Barat.
- 3) Data yang diterima oleh wilayah barat setelah dipisah – pisahkan disebarkan pada ke agen-agen penerima Paket untuk dilakukan pengontrolan terakhir.
- 4) Begitu pula sebaliknya paket yang dari wilayah barat di laporkan dengan sistem yang sama dan juga di informasikan dari wilayah ke agen penerima paket juga dalam sistem yang sama.

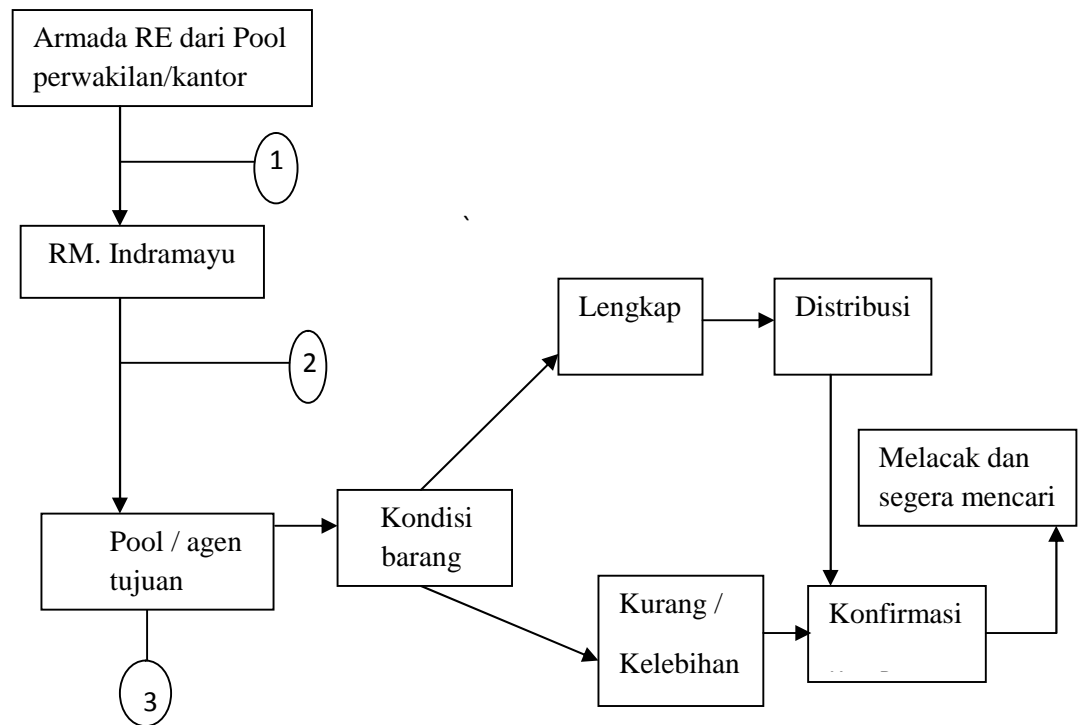
h. Penerimaan Barang di Agen Kota Tujuan

Unloading adalah proses menurunkan barang dari armada ke alamat/agen tujuan. Sama halnya dengan tatacara menaikkan barang, *Customer service* dan Operasional harus paham betul tentang bagaimana cara menurunkan barang dengan jalan sama seperti saat loading yaitu dengan cara melihat dokumen penyerta barang, baik itu Surat Pengiriman (SP) ataupun *Cargo Manifest* (CM), baik itu jumlah barang, jenis barang, intruksi barang maupun tujuan barang. Dengan memahami hal-hal dokumen penyerta barang maka diharapkan tidak akan terjadi kesalahan penurunan barang.

Contoh: barang sudah turun namun SP tidak diturunkan atau sebaliknya SP sudah turun tapi barangnya belum diturunkan.

i. Prosedur Controlling Paket di Agen Tujuan

Salah satu prosedur alur *controlling* pengiriman paket yang dilakukan pada PT Rosalia Express dari kantor pusat (Solo) ke wilayah barat, dapat dilihat pada gambar dibawah ini



GAMBAR 3.12

FLOW CHART KONTROL BARANG ROSALIA EXPRESS

Keterangan:

- 1) Dalam proses loading (masuknya barang ke armada) harus sesuai dengan *cargo manifest* dan jumlah SP yang akan dikirim.
- 2) Kontrol barang di Rm. Indramayu dilakukan oleh petugas dengan ketentuan apabila barang telah sesuai dengan data maka segera dilanjutkan.

- 3) Sesampai di agen / pool perwakilan armada segera bongkar muatan dan dicek apabila telah sesuai dengan data segera informasi kantor pusat dan segera didistribusikan ke agen-agen (kirim langsung ke *customer*)
- 4) Apabila ditemukan jumlah barang yang tidak sesuai pool perwakilan yang dituju segera konfirmasi mengenai kesalahan tersebut ke kantor pusat dan kantor pusat akan segera mengusut permasalahan tersebut.

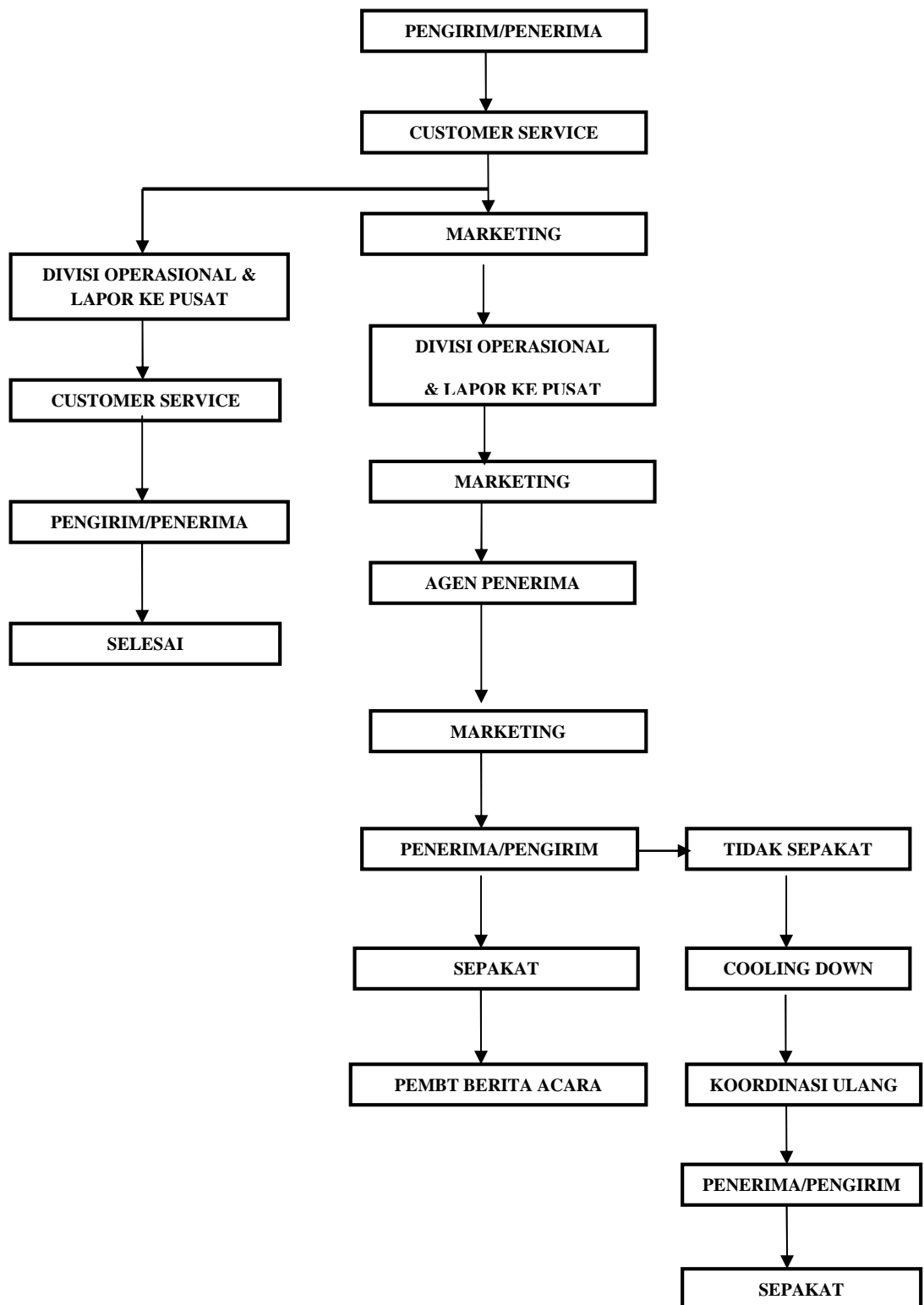
j. Pengiriman Barang Paket Sampai ke Tangan Konsumen

Apabila barang sudah sampai agen tujuan, petugas menurunkan barang dari armada ke gudang sama yang dilakukan pada saat *loading* atau *unloading* mencocokkan barang dengan melihat *cargo manifest* yang sudah di bawa petugas pengemudi, petugas agen yang dituju memeriksa dan memisahkan barang atau paket sesuai alur *flow chart* kontrol barang dan intruksi dengan cara melihat dokumen penyerta barang, baik itu Surat Pengiriman (SP) ataupun *Cargo Manifest* (CM), baik itu jumlah barang, jenis barang, intruksi barang maupun tujuan barang akan diambil agen atau antar alamat. Dengan melihat dokumen penyerta barang petugas memisahkan barang yang akan diambil agen atau diantar alamat dan dibuat pembukuan gudang. Setelah semua barang dipisahkan atau dipilah petugas menaikkan kembali barang ke armada – armada

delivery, barang yang akan dikirim antar alamat sesuai intruksi dari Surat Pengiriman (SP).

k. Prosedur Alur Komplain Pada PT. Rosalia Express

Jika barang sudah sampai konsumen tetapi tidak sesuai yang diharapkan yaitu rusak, hilang atau keterlambatan barang maka terjadi komplain, adapun alur komplain pada PT Rosalia Express:



GAMBAR 3.13

PROSEDUR PENANGANAN KOMPLAIN PT. ROSALIA EXPRESS

Keterangan:

- 1) Pengirim atau penerima mengajukan komplain.
- 2) Diterima oleh CSU, dilakukan pemilahan termasuk katagori komplain tingkat biasa, menengah atau komplain berat. Dilaporkan ke Kantor Pusat.

Jika termasuk komplain biasa maka akan langsung diselesaikan saat itu juga oleh pihak CSU dengan koordinasi pada Divisi Operasional atau Kepala Agen setempat.

Jika tergolong dalam komplain menengah ataupun berat maka CSU akan menyerahkan pada Pimpinan Agen untuk menindak lanjuti dengan data – data yang telah didapat dari pihak pengirim atau penerima.

- 3) Divisi *Marketing* (Pimpinan Agen) atau Kepala Wilayah mempelajari, menelaah, dan menganalisa tentang terjadinya komplain dengan koordinasi dengan Divisi Operasional dan dilaporkan ke Kantor Pusat.
- 4) Masukan dari Divisi Operasional dilanjutkan oleh divisi *marketing* (Pimpinan Agen) atau Kepala Wilayah dengan meminta kejelasan dari Agen pengirim atau Agen penerima.
- 5) Dari data yang didapat divisi *marketing* atau Kepala Wilayah melakukan penyelesaian pada pihak pengirim ataupun pihak penerima.

Jika di dapat sebuah kesepakatan maka selesailah komplain tersebut. (pembuatan kronologi dilaporkan ke Kantor Pusat).

Jika tidak terjadi kesepakatan maka kasus itu akan berlanjut.

- 6) Perhitungan kesepakatan biaya pergantian yang dikeluarkan perusahaan adalah maksimal 10 kali biaya pengiriman.
- 7) Dari kejadian tidak adanya kesepakatan dengan pihak pengirim ataupun penerima, maka divisi *marketing* atau Kepala Wilayah mengajukan tenggang waktu untuk melakukan koordinasi ulang dengan Pimpinan.
- 8) Dari hasil koordinasi ulang dengan para Pimpinan, divisi *marketing* atau Kepala Wilayah melakukan penyelesaian tahap akhir dengan pengirim ataupun penerima.
- 9) Pembuatan berita acara kronologi komplain, yang dilaporkan ke Kantor Pusat.
- 10) Pengarsipan

Komplain Biasa : Komplain yang disampaikan dari pihak pengirim atau penerima pada Rosalia Express, perihal tentang posisi barang yang dikirim. Dapat diselesaikan dalam hitungan jam.

Komplain Menengah : Komplain yang disampaikan dari pihak pengirim atau penerima pada Rosalia Express, perihal tentang barang yang

dikirim dan mengalami kerusakan namun dapat diselesaikan dengan negosiasi dan tidak terjadi pengeluaran biaya pengganti. Dapat diselesaikan dalam hitungan 1 sampai 2 hari.

Komplain Berat : Komplain yang disampaikan dari pihak pengirim atau penerima pada Rosalia Express, perihal tentang barang yang dikirim dan mengalami kerusakan sehingga tidak terjadi kesepakatan damai (terjadi pengeluaran biaya pengganti). Dapat diselesaikan dalam 2 sampai 4 hari bahkan lebih.

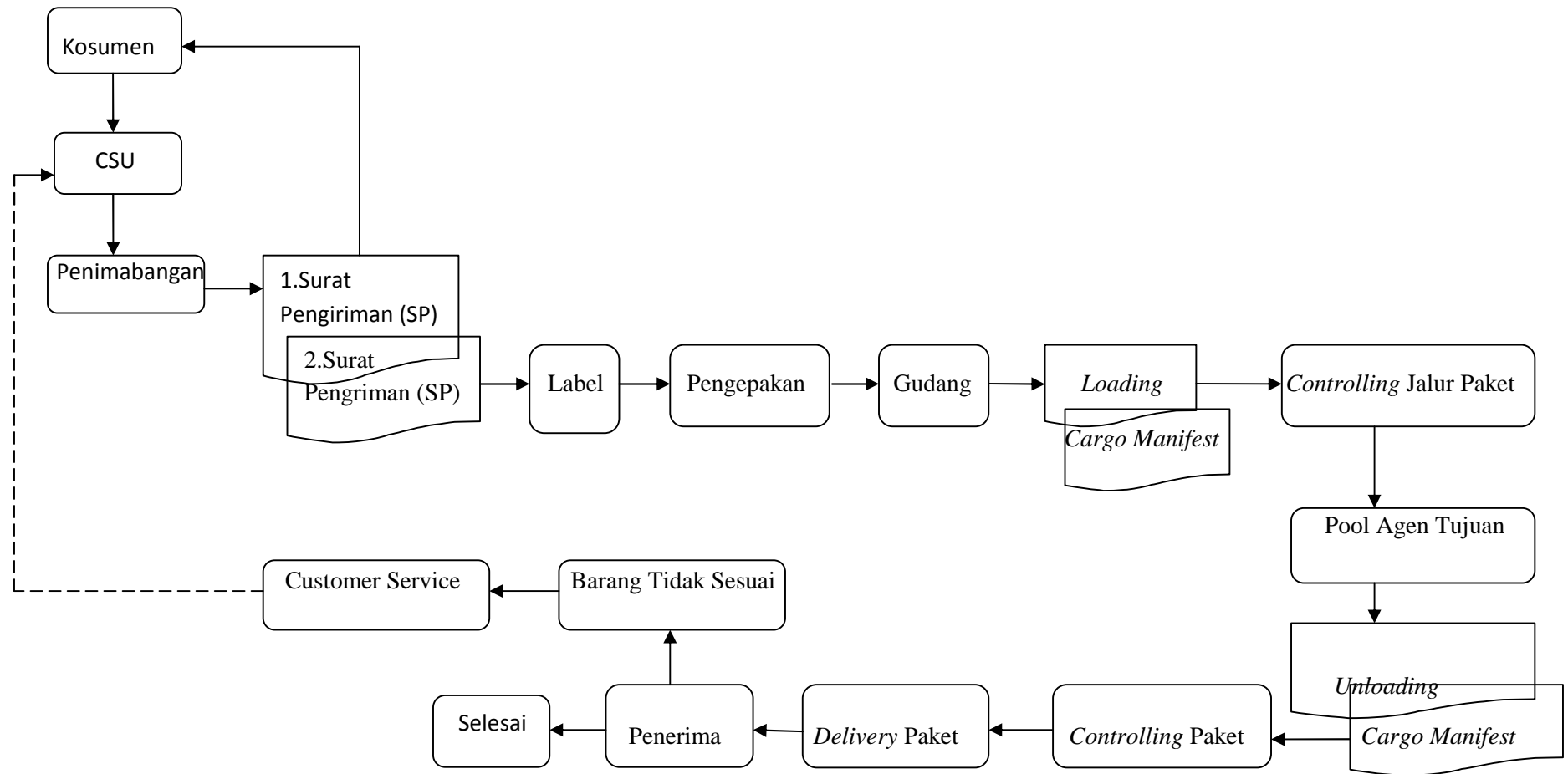
Tabel 3.2
TABEL KEJADIAN KOMPLAIN BARANG BULAN JANUARI – MEI TAHUN 2010
PADA PT. ROSALIA EXPRESS

Bulan	Komplain Biasa	Komplain Menengah	Komplain Berat	Total
1. Januari	6	2	-	8
2. Februari	6	1	1	8
3. Maret	7	-	1	8
4. April	5	1	-	6
5. Mei	4	1	-	5

Sumber: Divisi Marketing PT. Rosalia Express

Keterangan tabel 3.2:

1. Komplain biasa: Jumlah komplain yang meminta informasi kedatangan paket.
2. Komplain menengah: Beberapa komplain keterlambatan paket yang disebabkan antara lain oleh surat pengiriman hilang, kurangnya *controlling* petugas sehingga barang terbawa sampai di agen berikutnya atau barang tertinggal di agen pengirim sehingga barang belum dapat dikirim sampai konsumen.
3. Komplain berat: Komplain yang mengakibatkan barang rusak atau hilang.
Keterangan komplain berat pada tabel 3.2 hanya dikarenakan barang rusak tidak sampai hilang.



GAMBAR 3.14

FLOW CHART PROSEDUR PENGIRIMAN PAKET PADA PT ROSALIA EXPRESS

3. *Flow Chart* Prosedur Pengiriman Paket Pada PT. Rosalia Express

Keterangan gambar 3.14 *flow chart* prosedur pengiriman paket sampai di tangan konsumen pada PT Rosalia Express:

- a. Pengirim atau konsumen datang *customer service* melakukan penimbangan.
- b. *Customer service* membuat surat pengiriman (SP), salah satu dokumen surat pengiriman menjadi bukti pengiriman paket pada konsumen.
- c. *Customer service* memberikan label SP pada barang, dan pengepakan barang apabila barang perlu untuk dilakukan *packing*.
- d. Barang dimasukkan ke gudang
- e. Pemberangkatan dengan pembuatan dokumen penyerta yaitu *cargo manifest* kemudian dilakukan pemilahan barang sesuai dengan kota tujuan setelah dilakukan pemisahan paket dinaikkan ke armada (*loading*).
- f. Paket yang akan diberangkatkan dari agen dilaporkan ke kepala wilayah yang ditunjuk dan dilakukan *controlling* paket melalui alat komunikasi, dan di pantau untuk kedatanganya.
- g. Sampai agen tujuan barang diturunkan dari armada (*unloading*) dan *controlling* barang dengan melihat dokumen penyerta surat pengiriman dan *cargo manifest* selanjutnya

barang dipisahkan sesuai dengan dokumen penyerta untuk di *delivery* sampai ke konsumen atau penerima.

- h. Setelah barang sampai ke tangan konsumen namun apabila barang tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen dapat mengajukan komplain kepada *customer service* PT. Rosalia Express.

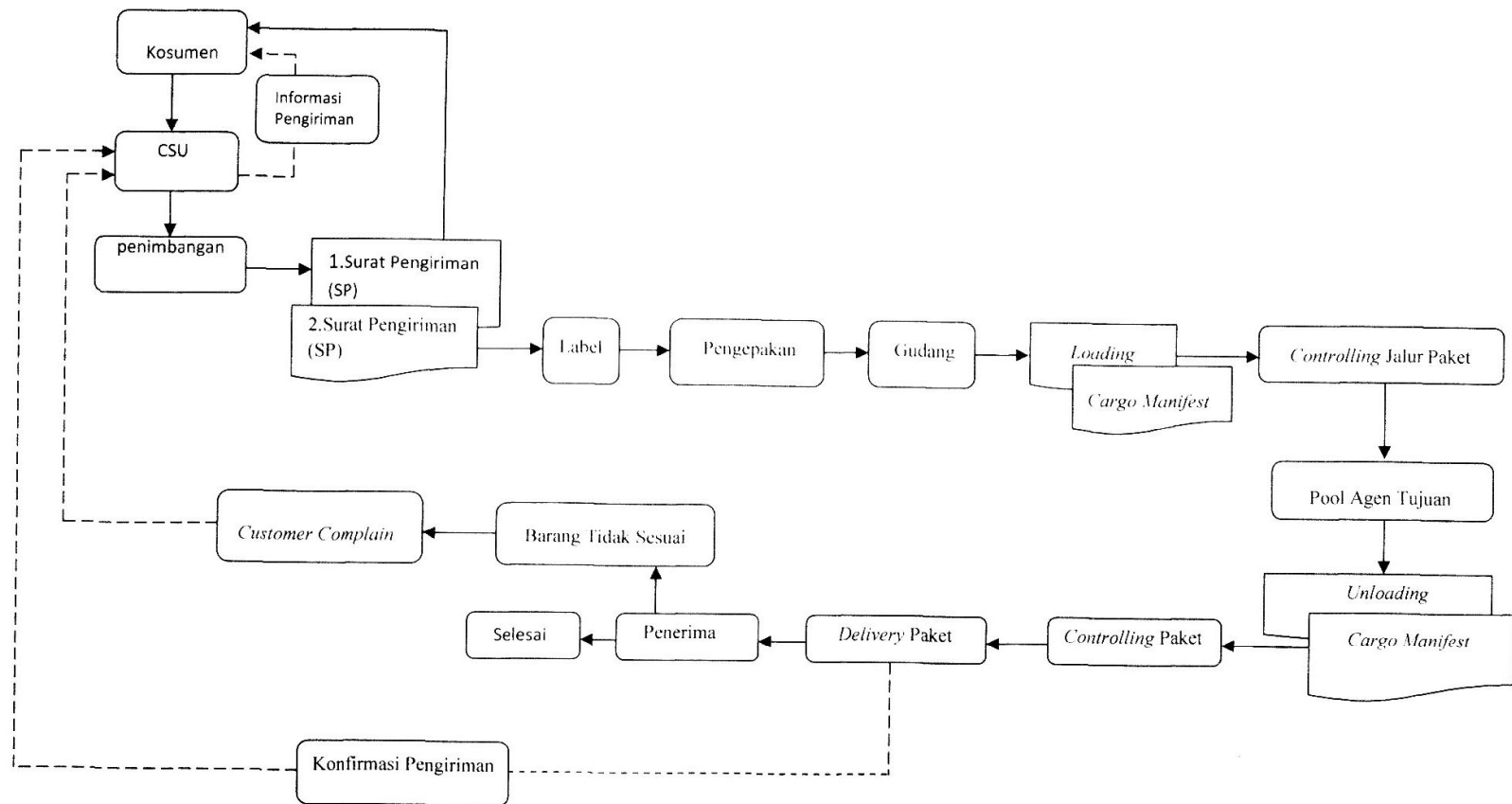
4. Evaluasi Prosedur Pengiriman Paket pada PT. Rosalia Express

Berdasarkan pembahasan mengenai prosedur pengiriman paket pada PT. Rosalia Express sampai ke tangan konsumen dalam upaya memberikan kepuasan kepada konsumen, prosedur konfirmasi kepada pengirim tentang barang yang sudah sampai atau barang yang belum sampai kepada penerima belum dilakukan. Untuk kedepan prosedur konfirmasi kepada pengirim agar dapat ditambahkan, untuk melakukan konfirmasi apabila barang sudah sampai di tangan konsumen atau apabila dalam waktu tertentu konsumen tidak mengambil barang ke agen atau barang belum dapat diterima oleh pihak penerima, PT. Rosalia Express dapat menghubungi kepada pengirim untuk menentukan langkah seperti apa yang akan diambil dengan barang yang belum diterima oleh pihak penerima.

Konfirmasi dengan pengirim dilakukan sebagai upaya memberikan kepuasan kepada konsumen, dan diharapkan barang cepat diterima konsumen tepat waktu tanpa menimbulkan kerugian

konsumen dan perusahaan. *Flow Chart* Evaluasi Prosedur

Pengiriman Paket Pada PT. Rosalia Express sebagai berikut:



GAMBAR 3.15

FLOW CHART EVALUASI PROSEDUR PENGIRIMAN PAKET PADA PT. ROSALIA EXPRESS

Keterangan gambar 3.15 *Flow Chart* Evaluasi Prosedur Pengiriman Paket Pada PT. Rosalia Express:

- a. Pengirim atau konsumen datang *customer service* melakukan penimbangan.
- b. *Customer service* membuat surat pengiriman (SP), salah satu dokumen surat pengiriman menjadi bukti pengiriman paket pada konsumen.
- c. *Customer service* memberikan label SP pada barang, dan pengepakan barang apabila barang perlu untuk dilakukan *packing*.
- d. Barang dimasukkan ke gudang
- e. Pemberangkatan dengan pembuatan dokumen penyerta yaitu *cargo manifest* kemudian dilakukan pemilahan barang sesuai dengan kota tujuan setelah dilakukan pemisahan paket dinaikkan ke armada (*loading*).
- f. Paket yang akan diberangkatkan dari agen dilaporkan ke kepala wilayah yang ditunjuk dan dilakukan *controlling* paket melalui alat komunikasi, dan di pantau untuk kedatanganya.
- g. Sampai agen tujuan barang diturunkan dari armada (*unloading*) dan *controlling* barang dengan melihat dokumen penyerta surat pengiriman dan *cargo manifest* selanjutnya barang dipisahkan sesuai dengan dokumen penyerta untuk di *delivery* ke konsumen atau penerima.

- h. Pada saat barang di *delivery* PT. Rosalia Express *customer service* melakukan konfirmasi kepada konsumen atau pengirim apabila barang sudah atau belum sampai ke penerima.
- i. Setelah barang sampai ke tangan konsumen namun apabila barang tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen dapat mengajukan komplain kepada *customer service* PT. Rosalia Express.

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang penulis uraikan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan memberikan saran dalam kaitannya dengan prosedur pengiriman paket pada PT. Rosalia Express:

A. KESIMPULAN

1. Prosedur yang digunakan pada PT. Rosalia Express untuk mengirimkan paket sampai di tangan konsumen sudah baik dengan diberlakukannya pengawasan (*controlling*) yang berlipat yaitu adanya sistem pengawasan dari atasan atau manajer yang dapat ikut mengawasi kinerja staf operasional dari kiriman paket dinaikkan ke armada (*loading*), diberangkatkan dan penurunan paket dari armada (*unloading*). Pengawasan atau *controlling* juga tidak hanya dilakukan di agen pengiriman tetapi juga dilakukan *controlling* jalur paket melalui alat – alat komunikasi dan *controlling* di agen tujuan.
2. Prosedur – prosedur pengiriman yang digunakan juga sudah jelas dan dibakukan oleh PT. Rosalia Express, dari prosedur pertama *customer service* menerima barang yang akan dipaketkan dengan langkah pertama penimbangan, pembuatan surat pengiriman (SP) dibutuhkan kesabaran dan ketelitian tetapi dengan waktu yang cepat, pemberian label yang dibutuhkan ketelitian dengan sesuai dengan jumlah barang, kerja sama yang cukup baik antara *customer*

service dengan staf operasional untuk informasi pemasukan barang ke gudang selanjutnya untuk dipilah sesuai dengan tujuan barang yang akan dikirim ke kota tujuan dan pengecekan ulang untuk pemisahan barang sampai dinaikkan ke armada, dibuat dokumen – dokumen penyerta seperti *cargo manifest*. Pengecekan barang kembali dilakukan oleh staf operasional sampai ke tangan konsumen seperti jumlah barang kiriman, keadaan barang tidak boleh dibanting atau dibalik dan tidak boleh terkena air.

3. Prosedur untuk alur komplain pada PT. Rosalia Express juga sudah baik dengan melakukan penyelesaian pada pihak pengirim ataupun pihak penerima dilakukan kesepakatan dengan kedua belah pihak. Serta dapat dilakukan koordinasi ulang apabila belum terjadi kesepakatan dari kedua belah pihak.
4. *Customer service* dan staf operasional pada PT. Rosalia Express sudah baik dalam upaya untuk mengevaluasi dan menentukan kualitas jasa yang baik yaitu *reability, responsiveness, assurance, empathy, tangible* dengan menerapkan aturan atau etiket yang sudah dibakukan oleh perusahaan yang wajib dilakukan.
5. Pada PT. Rosalia Express berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan untuk prosedur konfirmasi kepada pengirim untuk barang sampai atau belum ke tangan konsumen atau penerima tidak dilakukan.

B. SARAN

1. PT. Rosalia Express untuk kedepan dapat memaksimalkan prosedur yang sudah diterapkan agar berjalan lebih baik dengan meningkatkan ketelitian dan kesabaran dari masing – masing karyawan, karena dalam setiap proses pelayanan perlu memperhatikan ketelitian dan meningkatkan kesabaran sehingga dapat mengurangi tingkat *customer complain* bagi perusahaan dan konsumen.
2. PT. Rosalia Express dapat menambahkan dalam sistem prosedurnya untuk melakukan konfirmasi tentang barang yang sudah sampai atau barang yang belum sampai kepada pengirim dalam upaya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Zaki, 1990. *Prosedur dan Metode Sistem Akuntansi*, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE
- Mulyadi, 1978. *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: BPFE
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 1. Jakarta: Salemba empat
- Swasta, Basu, Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi 2. Yogyakarta: Liberty
- Purnomo, Heru, Pujianto, 2009. *Modul Penulisan Laporan Ilmiah*. Surakarta
- Kotler, Philip, 1999. *Manajemen Pemasaran Analisi. Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Swastha, Basu, 1996. *Azaz – Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Durianto, Darmadi, dkk, 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Handoko, T. Hani. 1984. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Seventi, Sri, Suwarsi Sri. 2009. *Buku Praktik Pemasaran Jasa*. Surakarta

